

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian melakukan penelitian di Kota Malang pada konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi udara Lion Air. Peneliti memilih Kota Malang ini dikarenakan banyaknya mahasiswa dari luar kota yang kuliah di Kota Malang dan menggunakan jasa transportasi udara Lion Air selain itu banyaknya masyarakat kota malang juga memungkinkan banyaknya orang yang menggunakan jasa transportasi ini. Dengan padatnya masyarakat yang menggunakan jasa transportasi Lion Air maka peneliti membuat penelitian di Kota Malang .

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian *survey*, Sugiyono (2016:6) mengemukakan bahwa metode *survey* yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan kusioner, test wawancara terstruktur dan sebagainya. Pada penelitian ini mengumpulkan data dengan cara membagikan kusioner pada responden dan melakukan wawancara kemudian hasil data dikelola untuk menguji hipotesis.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Adapun dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen di kota Malang dengan karakteristik orang tersebut pernah menggunakan jasa transportasi udara Lion Air

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel ini adalah dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang membatasi ciri khusus seseorang yang memberikan informasi yang yang dibutuhkan karena sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan peneliti. Alasan digunakan teknik pengambilan sampel tersebut karena jumlah populasi yang diteliti bersifat Nonprobability (tidak memungkinkan) untuk diukur. Fraenkel dan Wallen dalam Widayat (2004) menyarankan besar sampel minimum penelitian deskriptif sebanyak 100 sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 sampel dengan karakteristik sebagai berikut :

- a) Umur minimal 17 Tahun
- b) Responden yang pernah menggunakan jasa transportasi udara Lion

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Motivasi (X1), Persepsi (X2), Pembelajaran (X3), dan Sikap (X4). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen karena dapat memberikan *stimulus*, *prediktor*, dan *antecedent* terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2014). Sedangkan variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria, dan konsekuen karena variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Motivasi (X1)	Suatu penggerak atau dorongan dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu	1. Kebutuhan akan Transportasi yang cepat. 2. Menginginkan jasa transportasi udara dengan biaya rendah. 3. Adanya tawaran berupa jadwal penerbangan yang bervariasi (Santoso & Purwanti, 2014)	Skala likert 1-5

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Persepsi (X2)	individu memilih, mengartikan dan mengorganisasikan suatu informasi yang diterimanya yang kemudian diubah guna menciptakan gambaran dalam suatu kehidupan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persepsi kualitas kenyamanan yang diberikan Lion Air (Suryani, 2013) 2. Persepsi manfaat yang praktis dalam layanan ticketing dari Lion Air (Adamson, Shine, & Journal, 2003) 3. Persepsi kemudahan prosedur dalam, <i>boarding</i>, yang diterapkan Lion Air (Davis dalam Sanjaya 2005) 	Skala likert 1-5
Pembelajaran (X3)	Proses belajar yang dilakukan konsumen berdasarkan pengalaman yang dirasakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman diri. 2. Informasi dari teman. 3. Konsumen mengetahui prestasi perusahaan Lion Air (Fredereca and Chairy, 2010) 	Skala likert 1-5
Sikap (X4)	Penilaian evaluatif konsumen terhadap suatu obyek atau produk yang diminati	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kognitif (kepercayaan) yaitu penilaian konsumen dari informasi yang diketahui 2. Aektif (evaluasi) yaitu perasaan konsumen terhadap layanan yang mencakup penilaian pada obyek 3. Konatif yaitu konsumen melakukan kecenderungan untuk menggunakan Lion Air (Schiffman & Kanuk, 2004:225) 	Skala likert 1-5

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Keputusan Pembelian	Tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli atau tidak suatu produk	1. Kemantapan pada suatu produk yaitu Lion Air 2. Kebiasaan dalam menggunakan jasa Lion Air ketika bepergian 3. Kecepatan dalam membeli tiket Lion Air ketika hendak bepergian	Skala likert 1-5

Sumber : tinjauan teori

E. Jenis dan Sumber Data

a) Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Dimana data yang berupa angka-angka yang dapat dihitung sehingga bisa dikelolah sebagai bukti pendukung. Data tersebut diperoleh dari jawaban kuisisioner.

b) Sumber Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden yang menjadi suatu objek penelitian. Dalam data ini menggunakan penyebaran kuisisioner terhadap konsumen Lion Air

2) Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang digunakan sebagai pendukung informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data penjualan pada Lion Air

F. Metode dan Teknik Pengumpulan data

Dalam penelitian ini membutuhkan data dan informasi sebagai pendukung penelitian. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner.

Metode Penelitian data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan angket atau kuisisioner. Angket atau kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden (Sugiyono, 2017). Peneliti disini menggunakan survey pelanggan Lion Air dengan menyebar kuisisioner melalui Google Forms. Dengan adanya penyebaran kuisisioner online akan memberikan dampak yaitu efisiensi waktu dan biaya bagi penelitian

G. Skala Pengukuran Variabel

Dalam teknik pengukuran variabel ini peneliti menggunakan skala Likert dimana skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena (Sugiyono, 2017). Dalam pengukuran variabel yaitu responden diajukan

beberapa pertanyaan yang diajukan peneliti yang kemudian yang diminta untuk menjawab sebuah pertanyaan tersebut

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala	Pilihan Jawaban	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Cukup Setuju	CS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sanusi, 2013

Keterangan :

- a) Skor 5, mempunyai indikasi sangat baik dan sangat tinggi dalam pengukurannya
- b) Skor 4, mempunyai indikasi baik dan sangat tinggi dalam pengukurannya
- c) Skor 3, mempunyai indikasi cukup dalam pengukurannya
- d) Skor 2, mempunyai indikasi buruk dan rendah dalam pengukurannya
- e) Skor 1, mempunyai indikasi sangat buruk dan sangat rendah dalam pengukurannya

H. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisioner. Kuisioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. *Corrected item-total correlation* digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah pernyataan dari kuisioner berkorelasi signifikan terhadap skor total. Adapun cara pengambilan keputusan dalam validitas adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam kuisioner berkorelasi signifikan terhadap skor total, artinya item kuisioner dinyatakan valid.
- b) Jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam kuisioner tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total, artinya item kuisioner dinyatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu alat menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat tersebut digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau sebaliknya, digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan (Sanusi, 2011). Kuisioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah

stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel.

Pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Croanbach*. Variabel dikatakan reliable atau handal apabila nilai *Alpha Croanbach* lebih besar atau sama dengan 0,6 begitu pula sebaliknya, jika nilainya lebih kecil dari 0,6 maka dianggap kurang handal, sehingga penelitian ulang pada variabel – variabel tersebut pada waktu dan dimensi yang berbeda maka kesimpulannya akan berbeda (Ghozali, 2009).

Untuk menghitung realibilitas penelitian ini menggunakan rumus *alpha* (Arikunto:2010), sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma \tau^2} \right)$$

Keterangan :

r : Realibilitas Instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$: Jumlah varian butir di kuadratkan

$\sigma \tau^2$: Jumlah varian total dikuadratkan

Apabila r hitung lebih besar dari r tabel, maka data digunakan adalah reliabel, sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari pada r maka data yang digunakan tidak reliabel. Suatu instrument penelitian dikatakan reliable apanbila nilai $\alpha > \text{atau} = 0,6$

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis apakah penyebarannya normal atau tidak. Pengujian normalitas menggunakan uji Komogorov-Smirnov, dengan ketentuan jika tiap variabel memiliki nilai $\text{sig} > 0,5$ maka data distribusi tersebut normal (Lupiyadi & Ikhsan, 2015:134)

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolerasi bertujuan untuk menguji dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi kolerasi antar variabel independen. Multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai variance inflating factor (VIF) dan hasil analisis regresi, jika $\text{VIF} < 10$ maka tidak terdapat gejala Multikolinieritas (Gujarat, 2012), jika masih terjadi gejala multikolinieritas maka penelitian ini dilanjutkan dengan pendeteksian atas nilai R^2 dan signifikansi dari variabel yang digunakan. Apabila yang digunakan R^2 yang tinggi sementara terdapat sebagian besar atau semua variabel yang secara parsial tidak signifikan, maka diduga terjadi multikolinieritas pada model tersebut. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas pada model regresi dilakukan dengan menggunakan uji korelasi parsial (Damodar N, Gujarti, 2006)

3. Uji Heteroskedasititas

Uji Heteroskedasititas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya (Ghozali, 2013). Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji *Gletser*.

4. Uji auto Korelasi

Uji autokolerasi bertujuan untuk dapat mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan korelasi yang terjadi antara residual periode t dan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Untuk mendeteksi autokolerasi dapat menggunakan Uji *Run Test*

J. Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Menurut (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015;157) analisis regresi linier berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua atau lebih variabel Independen (X) dengan variabel dependen (Y). Secara umum model regresi linier berganda untuk populasi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 \text{ et}$$

Keterangan

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Motivasi

X_2 = Persepsi

X_3 = Pembelajaran

X_4 = Sikap

b_1 = Koefisien Regresi untuk Motivasi

b_2 = Koefisien Regresi untuk Persepsi

b_3 = Koefisien Regresi untuk Pembelajaran

b_4 = Koefisien Regresi untuk Sikap

e = Residual

K. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t secara parsial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015). Untuk melakukan pengujian t maka dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut

$$t = \frac{\beta n}{S\beta n}$$

Dimana :

t : Mengikuti fungsi t dengan derajat kebebasan (df)

βn : Koefisien regresi tiap variabel

SB_n : Standar *error* tiap variabel

Rumusan hipotesis untuk uji t adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_1 = 0$$

Artinya bahwa tidak ada pengaruh nyata secara parsial antara variabel motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap terhadap keputusan pembelian.

$$H_a: \beta_1 \neq 0$$

Artinya bahwa ada pengaruh nyata secara parsial antara variabel motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap terhadap keputusan pembelian.

Pengujian t pada penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:

- a) Apabila $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ atau nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b) Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara individual berpengaruh terhadap variabel terikat.

2. Uji F

Uji statistik F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama). Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015) uji F merupakan uji simultan yaitu pengujian mengenai apakah model regresi yang didapatkan benar dapat diterima.

Pengujian hipotesis untuk uji f secara manual menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k)}}$$

Dimana :

R^2 : Koefisien determinasi

K : banyak variabel dependen

n : Jumlah data

Rumusan hipotesis untuk uji F adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$$

Artinya bahwa secara bersama-sama tidak ada pengaruh variabel motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap terhadap keputusan pembelian.

$$H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$$

Artinya bahwa secara bersama-sama ada pengaruh variabel variabel motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap terhadap keputusan pembelian.

Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut:

- a) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Uji Dominasi

Cara menentukan variabel bebas yang berkontribusi terbesar terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Standardized Coefficients Beta* dengan melihat nilai yang paling besar. Misalkan Nilai koefisien X_3 (Pembelajaran) $>$ nilai koefisien X_1 (Motivasi), X_2 (Persepsi) dan X_4 (sikap), maka X_3 (Pembelajaran) adalah yang memberikan kontribusi terbesar terhadap variabel terikat

